

Industrial Design HomePage  
意匠専用ホームページ



TradeMark HomePage  
商標専用ホームページ



## T O P I C

### 1. Myanmar: "Soft-Opening" to Accompany Enforcement of Trademark Law

ミャンマー：商標法施行に伴う"soft-opening"について

### 2. Most Valuable Consumer Brands

最も価値のある消費者ブランド



## Myanmar: "Soft-Opening" to Accompany Enforcement of Trademark Law ミャンマー：商標法施行に伴う"soft-opening"について

The Government of Myanmar is making preparations to begin using new trademark system that operates under the trademark law which was established at the end of March 2019. The forthcoming stipulations for trademark registration in Myanmar are outlined below.

There are many trademarks registered under the current system, but the Myanmar Patent Office will allow users to re-apply for registered trademarks during a six-month "soft-opening" period that is due to commence from January 2020. Existing trademark rights will lapse if they are not registered again under the new system.

During the "soft-opening" period, only applications for trademarks that have already been registered under the current system will be accepted. Therefore, applications for trademarks that have not been registered under the previous system will only be accepted from the second half of 2020. If a user wishes to file an application without waiting until then, their trademark must first be registered under the current system before the end of 2019. They must then re-apply when the "soft-opening" period begins.

2019年3月末の商標法の制定により、ミャンマー政府は現行に代わる新たな商標制度を開始する様動いてい

る。来るミャンマーでの商標登録の為の規定は以下の通りである。

現行制度下において多数の商標が登記あるが、ミャンマー特許庁は2020年1月に開始予定の“soft-opening”の期間にこれらの登記商標の再出願を6ヵ月受け付ける。なお、新制度下で再度登録しないと権利失効となる。

また、“soft-opening”期間は現行制度で登記を受けている商標の再出願のみ受け付ける。その為、現行制度下で登記されていない商標は2020年下半期より出願可能だ。もし2020年下半期まで待たずに出願を希望する場合は、2019年末までに現行制度での登記を完了させ、“soft-opening”が優先日の主張を開始する時に再出願する必要がある。

## Most Valuable Consumer Brands 最も価値のある消費者ブランド

Kantar, a member of the WPP group (UK), has published "BrandZ Top 50 Most Valuable Japanese Brands Ranking". This ranking examines the asset value of the biggest global brands, and combines it with financial data and consumer research to evaluate the worth of each company's brand. This year is the first time such a ranking has been published for Japan.

### 1. Most valuable consumer brands

The most valuable Japanese brand in the list is Toyota, with a total brand value of 28.9B USD. In second position is NTT (Nippon Telegram and Telephone Corp.) with a total brand value of 20.1B USD, and in third position is Honda, with a total brand value of 11.7B USD. The top 50 brands have a collective brand value of more than 223bn USD, making Japan the country with the sixth most valuable brands, after the USA, China, Germany, France and the UK.

|                                             |                                          |
|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| 1. Toyota (Automobiles) value: 28,955M USD  | 9. au (Telecoms Provider) 8,106M USD     |
| 2. NTT (Telecoms Provider) 20,070M USD      | 10. Nintendo (Entertainment) 7,200M USD  |
| 3. Honda (Automobiles) 11,733M USD          | 11. Canon (Technology) 6,655M USD        |
| 4. Sony (Technology) 11,695M USD            | 12. Shiseido (Personal Care) 5,986M USD  |
| 5. Nissan (Automobiles) 10,463M USD         | 13. Mitsubishi UFJ (Banking) 4,950M USD  |
| 6. Softbank (Telecoms Provider) 10,367M USD | 14. Mitsui Sumitomo (Banking) 4,696M USD |
| 7. Uniqlo (Apparel) 9,829M USD              | 15. Panasonic (Technology) 4,681M USD    |
| 8. 7-Eleven (Retail) 8,911M USD             |                                          |

## 2. Most Valuable Categories

The most valuable category of industry is automobiles. Six of the brands in the top 50 are automobile brands, and together they have a total brand value accounting for 25% of the total (54.7B USD). Regarding the number one brand, Toyota, the report states that "consumers perceive it as being highly innovative, providing a good brand experience and having a strong purpose."

## 3. Retail Brands on the Rise in the Japanese Market

A notable feature of the Japanese market is that retail brands occupy many of the spaces in the top 50. The most common category of brand is retail/apparel, which accounts for thirteen brands in the top 50. As well as high-street retail brands such as Uniqlo (rank: 7, value: 9.8B USD), 7-Eleven (rank: 8, value: 8.9B USD), Aeon (rank: 22, value: 2.9B USD) and Muji (rank: 32, 1.8B USD), the online fashion retailer ZOZOTOWN (rank: 16, value: 4.5B USD) and the flea market app Merukari (rank: 47, value: 760M USD) also appear in the list.

## 4. Fast-growing Brands

The analysis accompanying Kantar's list mentions that the brand Shiseido (rank: 12, value: 5.99B USD) has increased in value by 56% by taking a more internationally-oriented approach. Shiseido is placed no. 6 in the top 20 list of fastest-growing brands.

## 5. Low Ratings in Global Markets

In the BrandZ Top 100 Most Valuable Brands Global ranking, however, the only Japanese brands that feature are Toyota (rank 41) and NTT (rank 70). The level of overseas engagement for Japanese brands (a combination of income, sales figures and profits from overseas) is lower than the average amongst the surveyed countries.

## 6. IP and Brand Value

One way for an enterprise to build its brand and strengthen its brand's value is through the acquisition of patent, design and trademark rights. The IP strategies of the companies that feature in the ranking should be observed to see how they develop in future.

---

英WPPグループとグループ企業のKantar（カンター）は、「ブランドZトップ50 最も価値のある日本ブランドランキング」（BrandZ Top50 Most Valuable Japanese Brands Ranking）を発表した。これは、世界最大のブランド資産価値調査であり、財務データと消費者調査結果を組み合わせ、ブランドが企業にもたらす価値を評価しており、日本は今年初めてランキングが公開された。

## 1. 最も価値のある消費者ブランド

最も価値のある日本ブランド1位は「トヨタ」（ブランド価値総額289億ドル）、2位「NTT（日本電信電話）」（同201億ドル）、3位「ホンダ」（同117億ドル）だった。トップ50ブランドの価値総額は2,230億ドルを上回り、調査対象国全体では6位にあたり、1～5位は、アメリカ、中国、ドイツ、フランス、英国だった。

|                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| 1 トヨタ 自動車 28,955          | 9 au 通信／プロバイダー 8,106    |
| 2 NTT 通信／プロバイダー 20,070    | 10 任天堂 エンターテインメント 7,200 |
| 3 ホンダ 自動車 11,733          | 11 キヤノン テクノロジー 6,655    |
| 4 ソニー テクノロジー 11,695       | 12 資生堂 パーソナルケア 5,986    |
| 5 日産 自動車 10,463           | 13 三菱UFJ銀行 銀行 4,950     |
| 6 ソフトバンク 通信／プロバイダー 10,367 | 14 三井住友銀行 銀行 4,696      |
| 7 ユニクロ アパレル 9,829         | 15 パナソニック テクノロジー 4,681  |
| 8 セブンイレブン 小売 8,911        |                         |

## 2. 最も価値のあるカテゴリ

最も価値のあるカテゴリとして自動車が挙げられた。トップ50に6ブランドが入り、価値総額の25%（547億ドル）を占める。1位のトヨタについては「明確な目的意識を持ち、良質なブランド体験を提供してくれる、非常に革新的なブランドとして消費者に認知されている」としている。

## 3. 日本市場では小売ブランドが台頭

日本市場の特徴として、小売ブランドがトップ50に多く入り、小売・アパレルカテゴリでは、カテゴリ別で最多の13ブランドがランクインした。「ユニクロ」（7位、98億ドル）、「セブンイレブン」（8位、89億ドル）、「イオン」（22位、29億ドル）、「無印良品」（32位、18億ドル）など実店舗を構えるブランドの他、ファッション通販サイト「ZOZOTOWN」（16位、45億ドル）、フリマアプリの「メルカリ」（47位、7.6億ドル）もランクインしている。

## 4. 急成長ブランド

調査結果のリリースでは、より世界に目を向けたアプローチによりブランド価値を56%上昇させた「資生堂」（12位、59.9億ドル）が挙げられる。今年の「急成長ブランドトップ20」では6位にランクインした。

## 5. 世界市場では低迷

一方、全世界での「ブランドZトップ100 最も価値のあるグローバルブランドランキング」にランクインしたのは、「トヨタ」（41位）と「NTT」（70位）の2社に留まった。日本ブランドの「海外での活躍度（海外からの売上高、販売数量、収益性を組み合わせた評価基準）」は、調査対象国の平均値を下回っている。



## 6. 知財とブランド価値

特許権・意匠権・商標権を取得することによっても、企業のブランドが構築され、その価値が強められる。ランクインした各社の、今後の知的戦略の動向も併せて注目していきたい。



Please contact us if you have any comments or require any information.

Please acknowledge that the purpose of our column is to provide general information on the field of intellectual property, and that the description here does not represent our legal opinion on a specific theme.

Please visit our facebook pages below.

**Our Legal Department on Facebook**  
**法務部Facebook**

Our legal departments based in Osaka and Tokyo provide information on trademark applications, design applications, combating counterfeit goods etc. via Facebook. Please view our Facebook page for more details.

大阪・東京に拠点を置く法務部のFacebookにて、商標出願・模倣品対策・意匠出願などの知財に関する情報を発信しております。ぜひご覧下さい。

[More information](#) [詳細はこちらへ](#)

**HARAKENZO WORLD PATENT & TRADEMARK**  
特許業務法人HARAKENZO WORLD PATENT & TRADEMARK

**Our Hiroshima Office on Facebook**  
**広島事務所Facebook**

Our Hiroshima Office's Facebook page provides useful services for Hiroshima prefecture and the rest of the Chugoku and Shikoku regions, with constant IP information updates. Please find us on Facebook.

広島事務所のFacebookにて、広島県を含む、中四国地域の皆様に有用と思われる知財情報を随時発信しております。ぜひご覧下さい。

[More information](#) [詳細はこちらへ](#)

**HARAKENZO WORLD PATENT & TRADEMARK HIROSHIMA OFFICE**  
特許業務法人HARAKENZO WORLD PATENT & TRADEMARK 広島事務所

Below are links to further IP information.

|                                                                             |                                                                     |                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <b>BIO IP Information</b><br><hr/> <b>バイオ知財情報</b>                           | <b>IT IP Information</b><br><hr/> <b>IT知財情報</b>                     | <b>IoT × AI Support Station</b><br><hr/> <b>IoT×AI支援室</b> |
| <b>Food &amp; Medical Business Support Station</b><br><hr/> <b>食品×医療支援室</b> | <b>Major &amp; Emerging Economic Powers</b><br><hr/> <b>諸外国知財情報</b> | <b>TPP I.P. Chapter</b><br><hr/> <b>TPP知財情報</b>           |

## TOKYO HEAD OFFICE

**ADDRESS:**

WORLD TRADE CENTER BLDG. 21F  
 2-4-1, HAMAMATSU-CHO, MINATO-KU,  
 TOKYO 105-6121, JAPAN

**TELEPHONE:**

+81-3-3433-5810 (Main Number)

**FACSIMILE:**

+81-3-3433-5281 (Main Number)

**WEBSITE:**

<http://www.harakenzo.com>  
<http://trademark.ip-kenzo.com>  
<http://design.ip-kenzo.com>  
<http://www.intellelution.com>

**E-MAIL:**

[iplaw-tky@harakenzo.com](mailto:iplaw-tky@harakenzo.com)



## OSAKA HEAD OFFICE

**ADDRESS:**

DAIWA MINAMIMORIMACHI BLDG.,  
 2-6, 2-CHOME-KITA, TENJINBASHI, KITA-KU,  
 OSAKA 530-0041, JAPAN

**TELEPHONE:**

+81-6-6351-4384 (Main Number)

**FACSIMILE:**

+81-6-6351-5664 (Main Number)

**WEBSITE:**

<http://www.harakenzo.com>  
<http://trademark.ip-kenzo.com>  
<http://design.ip-kenzo.com>  
<http://www.intellelution.com>

**E-MAIL:**

[iplaw-osk@harakenzo.com](mailto:iplaw-osk@harakenzo.com)



## OSAKA 2nd OFFICE

**ADDRESS:**

MITSUI SUMITOMO BANK  
 MINAMIMORIMACHI BLDG., 1-29,  
 2-CHOME, MINAMIMORIMACHI, KITA-KU,  
 OSAKA 530-0054, JAPAN

**TELEPHONE:**

+81-6-6351-4384 (Main Number)

**FACSIMILE:**

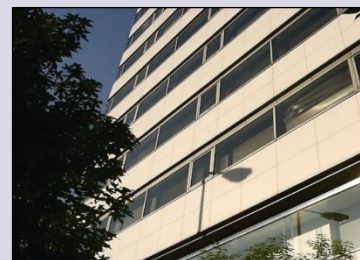
+81-6-6351-5664 (Main Number)

**WEBSITE:**

<http://www.harakenzo.com>  
<http://trademark.ip-kenzo.com>  
<http://design.ip-kenzo.com>  
<http://www.intellelution.com>

**E-MAIL:**

[iplaw-osk@harakenzo.com](mailto:iplaw-osk@harakenzo.com)



## HIROSHIMA OFFICE

**ADDRESS:**

NOMURA REAL ESTATE  
 HIROSHIMA BLDG. 4F  
 2-23, TATEMACHI, NAKA-KU, HIROSHIMA  
 730-0032, JAPAN

**TELEPHONE:**

+81-82-545-3680 (Main Number)

**FACSIMILE:**

+81-82-243-4130 (Main Number)

**WEBSITE:**

<http://www.harakenzo.com>  
<http://trademark.ip-kenzo.com>  
<http://design.ip-kenzo.com>  
<http://www.intellelution.com>

**E-MAIL:**

[iplaw-hsm@harakenzo.com](mailto:iplaw-hsm@harakenzo.com)



## NAGOYA OFFICE

**ADDRESS:**

GLOBAL GATE 9F, 4-60-12 HIRAIKE-CHO,  
 NAKAMURA-KU, NAGOYA-SHI, AICHI  
 453-6109, JAPAN

**TELEPHONE:**

+81-52-589-2581 (Main Number)

**FACSIMILE:**

+81-52-589-2582 (Main Number)

**WEBSITE:**

<http://www.harakenzo.com>  
<http://trademark.ip-kenzo.com>  
<http://design.ip-kenzo.com>  
<http://www.intellelution.com>

**E-MAIL:**

[iplaw-ngy@harakenzo.com](mailto:iplaw-ngy@harakenzo.com)

